

Modulhandbuch

Master

Medien- und

Kommunikationswissenschaft

Studienordnungsversion: 2009

gültig für das Studiensemester 2016

Erstellt am: 02. Mai 2016

aus der POS Datenbank der TU Ilmenau

Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau

URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-1181

Inhaltsverzeichnis

Name des Moduls/Fachs	1.FS VSP	2.FS VSP	3.FS VSP	4.FS VSP	5.FS VSP	6.FS VSP	7.FS VSP	Abschluss	LP	Fachnr.
Module Theories and Methods in empirical Communication Research								FP	5	
Trends in Communication and Media Theory	0 2 0							SL	1	5674
Methods in Empirical Communication Research	0 2 1							PL	4	5672
Module Political and International Communication								FP	3	
International & Intercultural Communication	0 1 0							PL	1	8330
Media, Communication and Politics		0 2 0						PL	2	5670
Module Organisational Communication and Media Management								FP	4	
Media,Communication and Economy	2 0 0							VL	2	5666
Organisational Communication & Public Relations	2 0 0							VL	2	5668
Module Communication and Technology								FP	4	
Media,Communication and Technology		2 0 0						VL	2	5663
Psychology of Technology	2 0 0							VL	2	5665
Forschungsmodule								MO	0	
Forschungsmodul 1	0 4 0							PL	14	5657
Forschungsmodul 2		0 4 0						PL	14	5657
Vertiefungsmodule								MO	0	
Vertiefungsmodul 1	0 2 0							PL	4	5675
Vertiefungsmodul 2	0 2 0							PL	4	5675
Vertiefungsmodul 3		0 2 0						PL	4	5675
Vertiefungsmodul 4		0 2 0						PL	4	5675
Modul Master-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium								FP	30	
Abschlusskolloquium			0 1 0					PL 45min	10	7531
Masterarbeit, Kandidatenseminar								MA 6	20	5662

Modul: Module Theories and Methods in empirical Communication Research

Modulnummer5673

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Theories and Methods in empirical Communication Research

Trends in Communication and Media Theory

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notegebung: Testat / Generierte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5674

Prüfungsnummer: 2400224

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 1	Workload (h): 30	Anteil Selbststudium (h): 19	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester	0	2	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

By attending this lecture students will enhance and deepen their knowledge on current media and communication theory. Beside general approaches, specific media and communication theories will be presented and discussed.

Vorkenntnisse

Requirements: Basic knowledge of theories and methods of communication research

Inhalt

This lecture provides insights into ongoing research in the broader field of communication studies. Therefore, currently discussed theories will be presented by scholars of different sub disciplines. The topics will stem from research fields as e.g. entertainment research, technology communication, political communication, crisis communication, journalism studies, digital games research, media reception studies, public relations research, organizational communication, e-learning, management of media organizations, media psychology, and gender research.

Medienformen

Powerpoint slides, video, audio

Literatur

A list of relevant literature will be provided by the beginning of the lecture.

Detailangaben zum Abschluss

Term paper and an oral presentation

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2010

Master Communications and Signal Processing 2008

Master Medientechnologie 2009

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Theories and Methods in empirical Communication Research

Methods in Empirical Communication Research

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 5672

Prüfungsnummer: 2400289

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 75	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester	0	2	1																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students will be - familiar with the implementation of complex research designs, - able to understand and apply different methods of multivariate analysis of quantitative data to answer their research questions, - able to interpret and explain the results of advanced statistical analyses.

Vorkenntnisse

Basic knowledge in social science research methods and statistics (basic graduate level)

Inhalt

The first part of the lecture deals with complex research designs, including the implementation of qualitative research methods. The seminar and the second part of the lecture will focus on theory and techniques of multivariate analysis of quantitative data (Regression Analysis, Analysis of Variance, Factor Analysis etc.). While the lecture gives an overview over the principles and statistical basics of the analysis, in the seminar these techniques are applied to specific research problems using real research data.

Medienformen

PowerPoint presentations; downloadable material from the website

Literatur

Berger, Arthur A. (2000): Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. Thousand Oaks, Calif. et.al.: Sage Publ. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2005): Using Multivariate Statistics (4 ed.). Boston, Mass. u.a.: Allyn and Bacon.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Communications and Signal Processing 2008

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Political and International Communication

Modulnummer5671

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

X

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
Modul: Module Political and International Communication

International & Intercultural Communication

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 8330

Prüfungsnummer: 2400290

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Leistungspunkte: 1	Workload (h): 30	Anteil Selbststudium (h): 19	SWS: 1.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2552

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester	0	1	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

By attending this seminar students will obtain basic knowledge of intercultural phenomena related to interpersonal and mass communication. Furthermore, students will be able to understand consequences of an increasingly global media culture as well as political aspects of intercultural and international communication (e.g. global news flow, world information order, digital divide). By getting insights into theories and methodology of related research fields students will gain the ability to approach questions of intercultural communication from an academic perspective.

Vorkenntnisse

Interest in political and international communication

Inhalt

The seminar International and Intercultural Communication provides an overview of basic concepts, theories and findings of communication research which focuses cross-cultural, cross-national or international subjects of scientific inquiry. Therefore, this seminar takes into account all three levels of intercultural communication: personal perceptions as well as interpersonal and mediated communication.

Medienformen

Powerpoint slides, videos, audio

Literatur

Requirements: List of references will be given by the beginning of the semester

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
Modul: Module Political and International Communication

Media, Communication and Politics

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5670

Prüfungsnummer: 2400220

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester				0	2	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students will - have an advanced understanding of the functions of media in politics and society, - be able to reflect interdependencies of media and society by use of relevant and up-to-date theories, - be able to apply empirical methods to specific problems of public and political communication, - be aware of actual trends and developments in the media, - be able to evaluate the relevance of their knowledge for political and media practice.

Vorkenntnisse

Basic knowledge of the media's role in democratic societies

Inhalt

The lecture will examine the relations between media, politics and civil society. Thus it focuses on the intersections of this specific parts of society: media and communication during election periods; public deliberation of political, social, environmental problems; political participation and communication of citizens; free access to information; the role of media for social integration; media regulation; trends in media content like "politainment".

Medienformen

PowerPoint presentations; downloadable material from the website

Literatur

Comstock, G., & Scharrer, E. (Hrsg.) (2005): The Psychology of Media and Politics. Amsterdam, Boston, Heidelberg u.a.: Elsevier Academic Press. McNair, B. (1999): An Introduction to Political Communication (2 ed.). London, New York: Routledge. Perse, E. M. (2001): Media Effects and Society. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2010

Master Communications and Signal Processing 2008

Modul: Module Organisational Communication and Media Management

Modulnummer 5667

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Dieses Modul wird nicht mehr angeboten. Bei Fragen wenden sie sich bitte an den Modulverantwortlichen oder das Prüfungsamt.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Organisational Communication and Media Management

Media, Communication and Economy

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notegebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5666

Prüfungsnummer: 90302

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester	2	0	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

The aim of the course is to provide the students with a profound understanding of the interface of media, communication and economy. Students are supposed to learn about the economic aspects of the media (industry) as well as about the functions media fulfil in economy beyond the media branch. Besides applying this in-depth knowledge the participants of the course are to improve their analytical and problem solving skills on the fields of media management and management by media in order to understand and evaluate existing studies as well as to be able to design research agendas.

Vorkenntnisse

Basic knowledge of media economics, media management, communication management

Inhalt

The lecture analyses the interface of media, communication and economy and is divided into two main parts: The first part covers important aspects of media management and media economics and explores the interdependence of communicative and economic aspects of media. The second part of the lecture goes beyond the media industry and analyses the function media fulfil in the organizational communication management of enterprises (e.g. marketing, PR, innovation communication). The current state of research is discussed with respect to current trends in media and communication management.

Medienformen

Presentation (powerpoint, pdf), other media

Literatur

Albarran, A. & Chan-Olmstedt, S. (2006): Handbook of Media Management and Economics Doyle, G. (2002): Understanding Media Economics Greco, A. N. (2000): The Media and Entertainment Industries. Readings in Mass Communication Alexander, A. / Owers, J. & Carveth, R. (1993): Media Economics. Theory and Practice Journal of Media Economics The International Journal of Media Management New Media and Society

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2010

Master Communications and Signal Processing 2008

Master Medientechnologie 2009

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Organisational Communication and Media Management

Organisational Communication & Public Relations

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5668

Prüfungsnummer: 90303

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester	2	0	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

This course provides the necessary background and basis to pursue further research in organisational communication and public relations. By the end of this course, students will be able to: - Compare and contrast major theories of organisational communication and public relations. - Define organisational/corporate culture, leadership, teamwork, and diversity, and discuss how they impact organisational/corporate communication. - Identify effective means of communicating in/of global organisations/corporations. - Critique an organisation's and/or corporate's communication system/structure, applying appropriate theories.

Vorkenntnisse

General enrolment guidelines § 4 STO

Inhalt

This course is an introduction to the field of organisational communication and public relations on an advanced level. It focuses on current trends and issues, major theories, and what types of research are done to study it.

Medienformen

Presentations, slides, script

Literatur

Will be provided in class.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2010

Master Communications and Signal Processing 2008

Modul: Module Communication and Technology

Modulnummer 5664

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Students...

- know the central research issues of communicating technology
- can understand and critically evaluate theories and studies of the field
- are able to conceptualize and conduct issue-specific studies
- can advice research & development organizations in communicating their issues more efficient and effective

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Communication and Technology

Media, Communication and Technology

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notegebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5663

Prüfungsnummer: 90402

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2555

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester				2	0	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students... - know the central research issues of communicating technology - can understand and critically evaluate theories and studies of the field - are able to conceptualize and conduct issue-specific studies can advice research & development organizations in communicating their issues more efficient and effective

Vorkenntnisse

none

Inhalt

The course will presumably cover and discuss the following issues. Section 1: Foundations and issues - "It's all technology!" - fields of technology and specific communication issues - "Producers, users, and intermediaries" - basic actors in technology communication Section 2: Personal and public perception of technology - "Smoking doesn't affect my life expectancy" - personal risk perception - "Technology and German Angst" - public opinion and technology Section 3: Diffusion and communication of innovations - "From mobile to iPhone" - media as innovations - "I saw it on TV" - media as diffusion channels - "Where's the VCR manual?" - technical communication Section 4: Journalism and communication of technology - "We need another story on dinosaurs" - public communication of science and technology: science journalism - "Emancipating and empowering patients" - health communication and public campaigns Section 5: Technology in organizational communication - "Frankly speaking" - risk and crisis in organizational communication - "Siemens will save the world" - communicating ecological and social issues: corporate social responsibility (CSR)

Medienformen

Presentation, downloadable documents, discussion, role-playing, study groups

Literatur

Will be provided in class

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2010

Master Communications and Signal Processing 2008

Master Medientechnologie 2009

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Communication and Technology

Psychology of Technology

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5665

Prüfungsnummer: 90403

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester	2	0	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die grundlegenden physikalischen Prinzipien insbesondere der statistischen Physik, Elektrodynamik und Quantenphysik, die in den vielfältigen Lebensprozessen auf molekularer, zellulärer und histologischer Ebene zum Tragen kommen. Sie können ausgewählte Beispiele von Biosystemen theoretisch modellieren und am Computer simulieren.

Vorkenntnisse

Statistische Physik, Elektrodynamik, Quantenmechanik (BSc)

Inhalt

Photosynthese: Anregungstransfer, Elektronentransfer, Protonentransport

Molekulare Motoren: Feynman-Smoluchowski Ratsche, Schaltbare Moleküle, ATP-synthase, Muskelaufbau und -funktionsweise

Bioelektrizität: Membranen und Ionenkanäle, Hodgkins-Huxley Model, FitzHugh-Nagumo Modell, Herzrhythmusstörungen

Ökologie: Räuber-Beute Modelle

Medienformen

Tafel, Beamer, wissenschaftliche Artikel

Literatur

E. Sackmann, R. Merkel: Lehrbuch der Biophysik, Wiley VCH 2010

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2010

Master Communications and Signal Processing 2008

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Forschungsmodule

Forschungsmodul 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5657

Prüfungsnummer: 91000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Leistungspunkte: 14	Workload (h): 420	Anteil Selbststudium (h): 375	SWS: 4.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2555

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester	0	4	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students learn to identify relevant research questions, develop appropriate theoretical foundations, and overview current research literature. They learn to conceptualize and conduct applied or academic research projects applying empirical methods or other epistemic approaches. Finally students learn how to analyze, present, and critically discuss study results.

Vorkenntnisse

Basic knowledge of communication studies, the specific research topic and the methods applied.

Inhalt

The course comprises two semesters in which a complete and realistic research project is planned, conceptualized, conducted, analysed, and presented in a professional fashion. Students actively collaborate in all project phases.

Medienformen

All media and collaborative platforms can be used.

Literatur

Literature depends on the issue under analysis and is announced in the course and/or researched by students.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2011

Master Medienwirtschaft 2014

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Forschungsmodule

Forschungsmodul 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5657

Prüfungsnummer: 92000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Leistungspunkte: 14

Workload (h): 420

Anteil Selbststudium (h): 375

SWS: 4.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2555

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester				0	4	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Students learn to identify relevant research questions, develop appropriate theoretical foundations, and overview current research literature. They learn to conceptualize and conduct applied or academic research projects applying empirical methods or other epistemic approaches. Finally students learn how to analyze, present, and critically discuss study results.

Vorkenntnisse

Basic knowledge of communication studies, the specific research topic and the methods applied.

Inhalt

The course comprises two semesters in which a complete and realistic research project is planned, conceptualized, conducted, analysed, and presented in a professional fashion. Students actively collaborate in all project phases.

Medienformen

All media and collaborative platforms can be used.

Literatur

Literature depends on the issue under analysis and is announced in the course and/or researched by students.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2011

Master Medienwirtschaft 2014

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule

Vertiefungsmodul 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 93000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 98	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2557

SWS nach Fachsemester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	0	2	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissens in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2011

Master Medienwirtschaft 2010

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2014

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule

Vertiefungsmodul 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 94000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4

Workload (h): 120

Anteil Selbststudium (h): 98

SWS: 2.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2557

SWS nach Fachsemester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	0	2	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissens in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2011

Master Medienwirtschaft 2010

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2014

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule

Vertiefungsmodul 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 95000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4

Workload (h): 120

Anteil Selbststudium (h): 98

SWS: 2.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2557

SWS nach Fachsemester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				0	2	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissens in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2011

Master Medienwirtschaft 2010

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2014

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule

Vertiefungsmodul 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 96000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4

Workload (h): 120

Anteil Selbststudium (h): 98

SWS: 2.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2557

SWS nach Fachsemester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				0	2	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissens in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

verwendet in folgenden Studiengängen

Master Medienwirtschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2015

Master Medienwirtschaft 2011

Master Medienwirtschaft 2010

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2014

Modul: Modul Master-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium

Modulnummer 5661

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Students prove that they are able to solve a problem on their own within a specific time frame by applying scientific (mostly quantitative or qualitative empirical) methods.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

The master thesis concludes the program. Therefore, all other lectures and exams should be finished successfully.

Detailangaben zum Abschluss

Abschlusskolloquium

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 45 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch auf Nachfrage Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig
 Englisch

Fachnummer: 7531 Prüfungsnummer: 99002

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 10 Workload (h): 300 Anteil Selbststudium (h): 300 SWS: 1.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	1	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

The students have successfully presented and discussed the results of their thesis.

Vorkenntnisse

written thesis

Inhalt

Medienformen

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

The final presentation of the thesis lasts 45 minutes and starts with a max. 20 minutes presentation followed by an up to 25 minutes discussion. The presentation should give an overview of the thesis and should refer especially to the critique given by your mentors before in their evaluation of your written thesis.

verwendet in folgenden Studiengängen

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2011

Masterarbeit, Kandidatenseminar

Fachabschluss: Masterarbeit schriftlich 6 Monate Art der Notengebung: Generierte Note mit 2
 Sprache: Deutsch und Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5662 Prüfungsnummer: 99001

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 20 Workload (h): 600 Anteil Selbststudium (h): 600 SWS: 0.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
Fachsemester									900 h												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

The master thesis concludes the whole study. Therefore, all other lectures should be finished successfully.

Inhalt

Medienformen

-

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2011

Glossar und Abkürzungsverzeichnis:

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Nomen nescio, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objekttypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung,Lehrveranstaltung,Unit)